

İLETİŞİM ORTAMLARININ BİRBİRİYLE İLİŞKİSİ VE BİRLİKTE YAŞAMA OLGUSU

Arş. Gör. Erhan AKYAZI
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

Yirminci yüzyıl, iletişim teknolojileri alanında çok sayıda yeniliğe sahne oldu. 19.yy'ın son çeyreğinden başlayarak yeni ses kayıt ortamları, görsel - işitsel ortamlar ortaya çıktı. Bu araçlar kısa sürede insanların günlük yaşamı ve kültürün vazgeçilmez bir parçası haline geldi.

Elektronik iletişim araçlarının ortaya çıkışı, beraberinde bir olguyu da getirmişti. Bu iletişim ortamlarının izleyicisi günden güne artıyordu. Her yeni teknolojik gelişme ise bu sayıların artmasında bir başka etken oluyordu. Öyle ki bu artış yazılı iletişimi tehdit dahi ediyordu. Bu durumdan duyulan tedirginlik, çeşitli forumlarda yeni modern tekniklerin yazılı iletişimi ortadan kaldıracığı, en azından kullanımını azaltacağı şeklinde değerlendirilmekteydi. Şu anda elektronik iletişim ortamlarının gelişmesi alanında bir dönemin kapandığına ve bir dönemin başladığına tanık olmaktayız. Yani bir geçişin ortasında bulunuyoruz. Bu geçiş televizyon ekranı ve basılı metinleri birleştirmektedir.

Bu birleşme iletişim ortamları arasında ilişki açısından bazı sorunları da beraberinde getirmekteydi. Örneğin televizyon çağının, kitap üretimi, tükütümü ve dağıtımı üzerindeki etkileri gibi.

Bu konu, Kanadalı iki kültür tarihçisi Harold Innis ile Marshall McLuhan'ın eserlerinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Çalışmalarında Innis "uygarlıkların, belirli bir iletişim ortamının uzun bir zaman dilimi içerisinde kullanımı ile şekillendiği" savını ileri sürmektedir. Innis'e göre her top-

lum zaman ve mekan boyutları ile yüz yüze gelmek zorundadır. Örneğin taş a oyulmuş yazılar, zaman boyutunu başarıyla aşmakla birlikte, papirus ve telefon için mekan boyutu ile ilgilidirler. İnsanlığın kültür tarihi, iletişim ortamlarının belirlemiş olduğu bir dizi ara dönemler görülebilir. Bu dönemlerde yeni iletişim ortamı ortaya çıkarak, zaman ve mekan içerisinde iletişim arasındaki dengeyi yeniden kurarak, eski iletişim ortamının egemenliğine son vermektedir.

Bu süreç, Mısır tarihinde apaçık gözlenmektedir. Merkezi monarşi döneminde bilgi, aydın kişinin elindeydi ve din adamları tarafından taş tabletlere karmaşık hiyeroglif yazısı şeklinde aktarılıyordu. M.Ö. 3000 yıllarında taşınabilir bir kayıt ortamı olan Papirusun bulunması bilginin sivil amaçlar doğrultusunda kullanılmasında olanaklar sağladı. Bununla birlikte, Papirus kolayca dağılma özelliği nedeniyle, bilginin korunmasında başarılı olmadı. Papirus'un yerini zamanla Parşömen aldı. Tarım ekonomisinin bir ürünü olan Parşömen, merkezi olmayan bir üretim ve arz sistemine uygun bir iletişim ortamıydı. Dayanıklılığı ve referans olarak kutsal kitabın okuyucu tarafından yapraklara ayrılarak okunabilmesi nedeniyle de Parşömen Hıristiyanlığın doğuşu ve yayılışında en önemli etkenlerden biri haline gelmiştir.

Innis'in çalışmasını kendine yol olarak seçen McLuhan matbaanın bulunuşuyla doğacak gelişmeleri incelemektedir. McLuhan, basılı ortamın, mekanik çoğaltmanın egemen olduğu döneme çok uygun bir ortam olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre, bu bağımsız birimlerden oluşmuş lineer bir ortamdır ve okuyucu bu birimleri birleştiremediği sürece hiç bir anlam taşıyamaktadır. Bu akılcı yaklaşım sanayi çağının örgütlenmesine de temel teşkil etmiştir. McLuhan'a göre, kişisel düzeyde okuma bir yalnızlık eylemidir ve çağdaş insanın dostlarından kopmasına neden olur.

Kitabın tersine televizyon, kitabınkinden karşı özelliklere sahiptir. Birinci olarak, televizyon izleyicide yeni bir görsel algılama ve görsel okur - yazarlık yeteneği geliştirir. İzleyici aynı anda kendisine sunulan ses ve dijital harf şeklindeki bilgiyi algılama durumuyla karşı karşıya kalmaktadır. İkincisi, televizyon birlikte olmayı teşvik eder. Televizyon aile bireyleriyle birlikte izlenebilir. McLuhan'a göre televizyon hareketliliğin nitelediği modern çağa kitaptan daha uygun bir iletişim ortamıdır. Üstelik televizyon aynen kitap gibi yeni bir zihinsel - sosyal kişilik yaratmıştır. Bu kişiliğe göre, kişinin birtakım psiko - sosyal gereksinimleri sadece televizyon seyredilerek karşılanabilir.

Einstein ise, yazılı iletişimin görüntülü iletişime karşı gösterilmesinin

yanlışığına değinerek, matbaanın gelişimi ile yeni tür görüntülerin gelişimine olanak sağlandığını belirtmektedir. Ayrıca Ona göre, basılı ortam tablolar, matematiksel formüller, grafikler gibi bilgilerin aynen çoğaltılmasını sağladığından, modern bilimin gelişiminde büyük rol oynamıştır.

İletişim ortamları arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarda izlenen bir diğer yöntem ise, belirli sosyal gruplar içinde bireysel tüketiciyi esas alan psiko - sosyal yaklaşımdır. ABD ve İngiltere'ye televizyonun gelişinden hemen sonra Schramm ve Himmelweit tarafından bu yaklaşımı esas alan birer çalışma yürütülmüştür.

Her iki çalışmada " Kitle iletişim ortamları, kişilerin çeşitli psiko - sosyal gereksinimlerini karşılamaya hizmet eder " ilkesini benimsemektedir. Her ikisinde ilk televizyon çocukları kuşağında televizyon ve diğer iletişim ortamları arasındaki iletişim ve etkileşime özenle eğilmişlerdir. Bu kuşak, televizyonun ilk genç izleyicileri grubunu oluşturmuştur. Himmelweit'in bulgularına göre, İngilteredeki 13 yaşın altındaki çocuklarda televizyon izleme alışkanlığı, radyo dinleme ve sinemaya gitme alışkanlığının yerini almıştır. Sinemayı flört etme mekanı olarak gören gençlerin sinemaya olan ilgilerinde bir azalma olmamıştır. Bu bulgular ışığında şu sonuca varılmıştır : Televizyon ile diğer iletişim ortamları arasında bir eşitlik bulunmuyorsa, ancak o zaman televizyon söz konusu ortamların yerini almıştır.

Bu sonuç, Schramm ve arkadaşlarının bulguları ile de desteklenmektedir. Schramm ve arkadaşlarına göre, değişik yaş gruplarında okuma ve televizyon izlemeye ayrılan zamanın farklılığı bu kişilerin okuma becerileri ve psiko - sosyal gereksinimlerinin farklılığından kaynaklanmaktadır. Erken yaşlarda çocuğun çevresinde olup biteni öğrenme gereksinimi, çocukların televizyon kullanma ve basılı ortamlardan yararlanma eğilimini geliştirmektedir. Daha sonraki yaşlarda zihinlerinin gelişmesi, okuma kabiliyetinin artması ve televizyondan verilen bilgilerin kalıplaşmış olması, televizyon izlemeye olan eğilimi azaltmaktadır. ve basılı ortamların kullanımı çoğalmaktadır.

Bireysel tüketici için farklı iletişim ortamları arasındaki ilişkilerin ve etkileşimin dinamizmi alanındaki ilginin yeniden canlanması olgusunun izlerine, iletişim davranışına " Kullanım ve tatmin olma " yaklaşımı araştırmalarında özellikle 60'lı yılların sonunda, 70'li yılların başında yürütülen araştırmalarda rastlanmaktadır. bu çalışmalar " bireylerin farklı iletişim ortamlarını kullanma alışkanlıkları, onların içinde buldukları yaş, aile yapısı ve konumu, eğitim düzeyi, sosyal ilişkileri ve daha önceki psikolojik eğilimler-

ne bağı olarak şekillenir " tezini içeren işlevsel varsayımı kullanmaktadır. Kitle iletişiminden yararlanma sürecinde aktif bir kullanım olgusu gözlenir; bu süreç içerisinde birey, kendi bireysel gereksinimini tatmin etmek üzere kitle iletişim ortamları arasından belirli içerikteki belirli ortamları seçer ve bunlardan yararlanır.

Bu çalışmalarda ileri sürülen bir başka görüş ise, ayrı ayrı gereksinimleri karşılayan farklı iletişim ortamları arasında bir işbölümü'nün bulunduğu- dur. Buna göre, kitap okuma, öğrenme ve bilgi genişletme sürecine katkıda bulunur. Gazeteler, bireyleri günlük olaylardan ve politik gelişmelerden haberdar eder. Televizyon, çok çeşitli psikolojik ihtiyaçlara cevap verebilir. Bunlar arasında bilgilenme, rahatlama sayılabilir. Bu tür gereksinimler kitap okuma ve sinema izleme ilede karşılanabilir. Başka bir deyişle, iletişim ortamları arasında farklı düzeylerde bir yer değiştirme işlevinin bulunduğu göstermektedir. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki kitap okuma ve televizyon izleme bakımından bu iki ortamın birbirinin yerine geçme olasılığı düşüktür. Öte yandan bilgilenme gereksinimini yerine getirmede, televizyon ile gazetenin birbirinin yerine geçme olasılığı yüksektir. Sonuçlar iletişim ortamlarının kullanım eğilimlerinin kültüre bağımlı olmadığını, ortamların kendine özgü niteliklerine bağlı olduğunu göstermektedir.

Gazete ve televizyon arasındaki birisinin ötekisinin yerine geçme olasılığının yüksek olmasına rağmen, gündem - oluşturma işlevi açısından bu iki ortam arasında farklılıklar vardır. Seçim kampanyası sırasında yapılan araştırmalara göre, gündem - oluşturma sürecinin iki aşaması bulunmaktadır. İlk aşamada, gazeteler kamuoyunu uyarma ve yönlendirme işlevini yerine getirirler. Böylece tartışma konusu olabilecek önemli konuları gündeme getirme işlevini üstlenirler. İkinci aşamada, televizyon ön plana çıkarak gazetenin ulaşamadığı seçmenlere politik konuları ileterek, ilgi çekme ve çarpıcı olma işlevini yerine getirirler.

Bir araştırma şirketi olan Salamon tarafından yapılan araştırmalar göstermiştir ki çocukların kitaplara ve televizyona olan eğilimleri onların bu iki iletişim ortamından kazandıkları bilgi potansiyelini etkilemektedir. Bu görüşe göre, kitaplar daha ciddi ve öğrenmek için daha uygundur. Sonuç olarak yazılı malzemedeki bilgi kazanmak için harcanan zihinsel çaba televizyon izleme için harcanan zihinsel çabadan daha fazladır. Dolayısıyla çocuklar yazılı metinden daha iyi öğrenirler. Elde edinilen bulgulara göre, basılı malzeme ile televizyon arasında iki tür temel işlevsel ilişki mevcuttur. " İşlevsel benzeşme " ve " İşlevsel farklılaşma " .

Bir iletişim ortamı eğer toplumsal koşulların değişmesinden dolayı doğan ihtiyaçlara cevap vermede daha etkili olduğunu kanıtlarsa, bu birinci tür ilişki yani işlevsel benzeşmeye tabidir. İletişim ortamları gerek kendi bireysel tüketicileri bakımından, gerekse büyük sosyal gruplar bakımından farklı işlevleri yerine getiriyorlar ise de bu durumda da söz konusu ortamlar arasında işlevsel farklılaşma durumu mevcuttur. Buna örnek olarak şunu verebiliriz: Telefon ilk bulunduğu anda eğlence aracı olarak kullanılmaktaydı ve telefonla müzik yayını yapılıyordu. Radyo bulunduktan sonra, telefon bu eğlendirme işlevinden kurtuldu ve böylece telefonun kişiden kişiye iletişim aracı olan temel işlevi yoğunlaştı.

Basılı ortamlar ile televizyon arasındaki işlevsel ilişkilerin türleri, benzeşme ve farklılaşma noktaları arasında uzanan bir spektrum içinde sınıflandırılabilir. İki kutup arasındaki dengede benzeşme ve farklılaşmanın düzeyine göre, ortamlar arasında birinin ötekine yerine geçmesi olgusunda farklı düzeyde olur. İki iletişim ortamı arasındaki işlevsel ilişkilerin her biri üretim, dağıtım ve tüketim modelleri açısından farklı çevresel koşullar yaratır.

Sonuç olarak, işlevsel benzeşme durumunda, yani iletişim ortamlarının işlevsel olarak bir diğeri yerine geçmesi durumunda, bir ortam diğeri ortadan kaldırır ve önceki ortamın yerine geçmek veya onu ortadan kaldırmak için gereken uygun koşulları yaratır. Bunun sonucu olarak daha önceden varolan ortamın üretim ve dağıtım kanallarında düşme meydana gelebilir, tüketim azdır ve yavaş yavaş ortadan kalkar. Öte yandan işlevsel farklılaşma durumu yani (işlevsel benzeşmenin düşük olduğu durumlar) her iki ortamın birlikte yaşayacağı koşulları yaratır. Bu durum her iki ortamın sabit bir üretim ve dağıtıma sahip olması veya büyümesi ile ve okur/izleyici sayısının artması ve bireysel tüketici tarafından kullanımı ile devam eder. Buna göre, işlevsel benzerliğin kısmen mevcut olduğu durumlarda, söz konusu iki ortam kısmen birbirinin yerini alacak ve ikisi birlikte varlığını sürdürecektir.

KAYNAK

- * Hanna Adoni, **İletişim Ortamlarının Birbiriyle İlişkisi ve Birlikte Yaşama Olgusu: Televizyon Çağında Basılı Ortamların Üretimi, Dağıtım ve Tüketiminde Eğilimler ve Değişimler.** Çev. Sönmez Taner, Kütüphanecilik Dergisi Belge, Bilgi, Kütüphane Araştırmaları, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını, 1992.